图书情报工作
第 63 卷 第 20 期　2019 年 10 月

档案文献编纂成果传播媒介评价实证研究*

邓君　于梦文　钟楚依　宋雪雁
吉林大学管理学院　长春 130022

摘要：[目的/意义]通过对档案文献编纂成果传播媒介评价的实证研究，为档案文献编纂成果的有效传播和用户满意度的提升提供数据支持和参考。[方法/过程]通过文献搜集、专家访谈以及问卷调查 3 种方式确立档案文献编纂成果传播媒介的评价指标，运用主成分分析法计算各指标权重，应用 MUSA 模型和标杆分析法，对 4 种档案文献编纂成果传播媒介进行满意度实证研究。[结果/结论]获得 4 种传播媒介的用户满意度测评结果，定位每种媒介在档案文献编纂成果传播过程中的主要竞争优势、主要竞争劣势、薄弱之处以及需优先改善之处，为档案文献编纂成果传播的理论研究以及档案文献编纂工作的实践活动提供借鉴。

关键词：档案文献编纂成果　传播媒介　MUSA 模型　标杆分析法
分类号：G270
DOI：10.13266/j.issn.0252－3116.2019.20.007

1　引言

数字时代到来为档案文献编纂成果传播媒介的选择提供了更多可能性。随着受众群体的扩大，档案文献编纂成果的价值由早期较为单一的学术层面发展到社会层面，社会功能日益丰富。但是在档案文献编纂成果传播过程中，仍然存在传播力较弱、用户认知度偏低的问题[1]。与此同时，由于用户的年龄、社会阅历、受教育水平、兴趣爱好等自身因素情况各异，对档案文献编纂成果的利用水平和能力也有差异，导致不同用户具有不同的媒介选择偏好[2]。因此，需要对档案文献编纂成果传播媒介进行分析，据此提出相应的优化策略，以提高档案文献编纂成果的传播力和影响力，满足用户需求和用户预期，从而推动档案文献编纂工作的不断发展，最大程度实现档案文献编纂成果的价值。

2　文献回顾

为进一步确定相关领域学者关于档案文献编纂成果传播的研究，以中国知网、维普、万方数据库作为检索来源，以“档案文献编纂传播”“档案文献编纂成果传播”“档案文献编研传播”“档案文献编研成果传播”“档案史料编纂＋传播”“档案史料编研＋传播”“档案文献传播”为主题进行检索，剔除重复、不相关文献后，利用 Gephi 对所得文献的主要关键词进行可视化分析，主要研究内容共现网络见图 1。

由图 1 可知，关于档案文献编纂成果传播的研究内容主要为档案文献编纂学与传播学、档案文化、文化传播、文化选择、现代信息技术等，分析可知：现阶段国内档案学领域对档案文献编纂成果传播的研究主要集中在档案文献编纂成果传播基础理论、档案文献编纂成果传播方式和途径、档案文献编纂成果与文化 3 方面。

2.1　档案文献编纂成果传播基础理论

档案文献编纂作为一种文化生产活动，需要解决档案文献与社会利用主体之间的传播问题，即要从根源上探明档案文献编纂与传播的关系和理论意义，现阶段的研究内容主要包括档案文献编纂的学科定位、传播理念、与传播学的关系等。代表性的研究包括：胡鸿杰认为档案文献编纂学是档案学领域中以传播档案文献为目的的主干学科，需要充分体现其“传播”功能，从档案文献编纂学的基本结构、功能分析方面对档案文献编纂学传播主体、档案文献编纂传播方式和成

* 本文系国家社会科学基金项目“数字时代档案文献编纂与成果利用研究”(项目编号:18BTQ098)研究成果之一。
作者简介：邓君(ORCID:0000－0002－3291－7193)，教授，博士生导师；于梦文(ORCID:0000－0003－4920－1957)，硕士研究生；钟楚依(ORCID:0000－0002－7871－9328)，硕士研究生；宋雪雁(ORCID:0000－0003－1955－6685)，副教授，博士生导师，通讯作者，E-mail:songxueyan@126.com。
收稿日期:2019－05－27　修回日期:2019－08－09　本文起止页码:62－73　本文责任编辑:王传清

邓君，于梦文，钟楚依，等.档案文献编纂成果传播媒介评价实证研究[J].图书情报工作,2019,63(20):62－73.

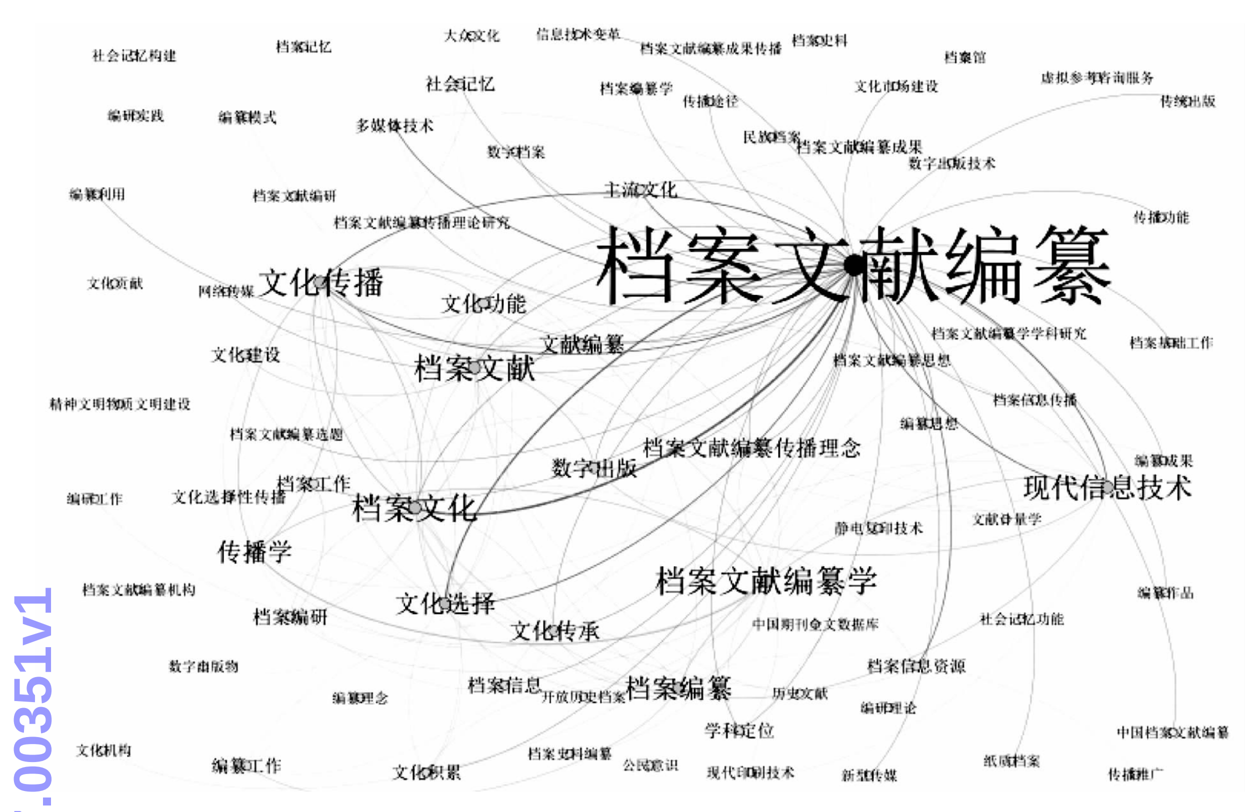


图1　主要研究内容共现网络

果进行了科学定位和评价，提出单一的历史档案文献的编纂成果已经无法适应现有需求，只有把编纂成果的存在状况作为重要研究内容，才能使“档案文献编纂工作的程序、方法”具有普遍意义[3]；田丽媛从档案文献编纂的角度出发阐释了“以人为本”价值理念，提出要树立人文关怀、以社会公众的普遍利益为标准，考虑不同个体对档案文献编纂成果的传播需求[4]；曾莉陈认为作为文化传播重要方式的档案文献编纂要积极适应大众文化传播，创新编纂理念如受众理念、信息平等共享、综合效益、知识服务等理念[5]；谢奇爱从历史源头、信息学科、传播学的角度探讨了档案文献编纂学与传播学的关系，分析了档案文献编纂学与传播学的历史渊源、两者的基本信息传递过程与要素、档案文献编纂工作的重要特性——传播性等方面[6]。档案文献编纂成果传播的相关基础理论研究为档案文献编纂成果传播的后续研究奠定了良好基础，有助于理论和实践研究的进一步深入。

2.2　档案文献编纂成果传播方式和途径

档案文献编纂成果的传播是档案文献编纂工作输出的重要表现，相关研究主要集中于档案文献编纂成果的文化传播、传播方式及途径上，其中，关于数字出版的研究热度最高。相关研究中，有关文化传播的文献主要包括文化传播主体及选择、文化传播定位与困境、文化传播策略等，代表性学者有郑慧[7]、胡琨[8]、万韵菲[9]等；有关传播方式和途径的研究中，李文以研究了档案文献编纂工作的智能化、数字化档案汇编以及档案文献编纂网络出版等方面的内容[10]；苏君华、龙家庆通过调研档案文献编纂成果传播影响力显弱的现状，结合传播效度分析法对传播内容、传播渠道、传播力量、传播反馈机制等4方面问题进行了分析，提出把握服务对象、疏通传播渠道、融合跨界力量、健全反馈机制等建议[1]。邓东燕、姚伦通过江西省档案馆开展编研工作的实践，提出要加大推广力度，如采取赠送、陈展、签售、发布会等形式向公众积极推广编研成果[11]。档案文献编纂成果数字出版的相关研究主要包括数字出版的含义、特征及发展情况，代表性学者为杨霞[12－13]，一方面，从出版本质、目的、原则等方面分析了档案文献编纂成果数字出版与传统出版的同一性，进而论述了两者融合协同发展的思路；另一方面，分析得出当下档案文献编纂成果用户利用率较低的原因在于服务理念相对保守、数字开发能力有限、在线运营模式模糊不清、数字版权管理存在困难等，提出了引入在线服务公众满意度评价、加强与专业人士合作、推进市场化开发、提高数字版权多元化管理水平等策略，研究较为系统、深入。

2.3 档案文献编纂成果与文化

档案文献编纂成果作为一项社会文化活动,承载着社会文化的精髓和传承文化的伟大使命。有关档案文献编纂成果与文化的研究数量较为丰富,主要集中于文化选择、文化传承和文化功能 3 部分:①文化选择,国内对档案文献编纂的文化选择研究主要集中在其特点、价值、路径构建方面,代表性学者有樊如霞[14]、程土[15]等;②文化传承,主要包括档案文献编纂与文化传承的关系、档案文献编纂在文化传承中的功能及其在文化传承中的文化贡献等,代表性学者有李美蓉[16]、樊如霞[17]等;③文化功能,丁华东[18]、单旭东[19]等学者重点研究了档案文献编纂成果的社会记忆功能,王笛探讨了档案文献编纂成果在记忆凝聚、话语媒介和文化认同方面的功能[20]。

关于媒介评价的研究中,李旭华等分析了媒介评价方法的变迁,认为媒介评价是对某一媒介内容质量、传播效果、发展水平 3 方面的综合评定[21];宋欢迎、张旭阳调查了大学生群体对报纸、杂志、电视、广播、网络 5 种媒介形式的信任现状、主观媒介偏好、媒介评价、媒介参与等情况,据此进行了多媒体时代中国大学生媒介信任研究[22];姚君喜通过问卷调查,探究了报纸、电视、网络、手机等不同媒介使用、媒介依赖与信任评价内在影响关系[23]。沈菲、张志安对我国受众的媒介公信力评价进行了调研,并比较了媒介可信度与媒介表现指标对社会问题感知、政治犬儒主义情绪、对新闻深度处理策略和个人意见表达等 4 个因变量的预测效度和关系[24]。由上述可知,目前国内对媒介评价的研究主要集中于媒介信任和媒介公信力方面,而通过实证调研对媒介进行多角度、多指标评价的文献较少。同时,对于档案文献编纂成果这一特定内容的传播媒介系统性研究仍然涉猎较少。

综上,国内档案学领域关于档案文献编纂成果传播的研究多处于理论探索阶段,主要包括档案文献编纂成果传播的理论研究、传播途径与方式以及档案文化方面,现有文献为档案文献编纂成果传播相关研究奠定了良好的理论根基,同时对档案文献编纂成果的传播方式有一定程度的启发作用。目前关于档案文献编纂成果传播的实证研究数量较少,尤其是基于用户角度和采用定量研究方法进行研究的文献甚少。定量研究方法对档案文献编纂成果传播媒介的评价具有重要价值,有利于档案文献编纂工作者更加客观地深入用户、了解用户需求,有效提高档案文献编纂成果传播媒介的效力和效果。在满意度评价中,Multicriteria Satisfaction Analysis(MUSA)模型聚集了用户满意度评价的不同偏好,应用范围从最初的商业、营销领域逐渐拓展至管理、公共服务等各个学科,其主要优点是充分考虑了用户个体满意度在整体满意度中的权重关系,以实现评估函数与用户判断的一致性;通过标杆分析法与感知图谱的结合,可以更加直观地比较分析出档案文献编纂成果传播媒介的满意度评价结果。因此,将 MUSA 模型与标杆分析法运用到档案文献编纂成果传播媒介的实证研究中,分析当前档案文献编纂成果传播的优劣形势并提出优化策略,有助于帮助档案文献编纂工作者选取最恰当的编纂成果传播媒介,从而提高档案文献编纂成果的利用率和用户满意度,提升档案文献编纂工作的服务水平。

3 研究方法

3.1 MUSA 模型

MUSA[25] 又称为多标准满意度分析,由 E. Grigoroudis 和 Y. Siskos 提出并不断发展,该模型将个人的判断聚集、整合成集体价值函数,它假定用户整体满意度依赖于所测服务的单项指标($X_1, X_2, \cdots, X_n$)满意度,从而通过一系列评价指标来解释用户整体的满意度情况[26]。

由于用户个体满意度和整体满意度的依据是定性标准,因此 MUSA 模型通过推导整体价值函数 y^* 和部分价值函数 x_i^* 来保证价值函数和用户满意度的最大一致性。偏好解聚模型的序数回归方程如下所示:

$$\begin{cases} \tilde{y}^* = \sum_{i=1}^{n} b_i x_i^* - \sigma^+ + \sigma^-, \\ \sum_{i=1}^{n} b_i = 1, \end{cases} \qquad \text{公式(1)}$$

在公示(1)中,$\tilde{y}^*$ 代表用户的整体满意度评估函数,x_i^* 代表用户部分满意度评估函数。b_i 表示权重,n 表示指标数量,σ^+ 和 σ^- 是判断误差。整体价值函数 y^* 和部分价值函数 x_i^* 是在区间[0,100]内归一化的单调函数,因此通常采用以下变换方程式来排除对 y^* 和 x_i^* 的单调性约束:

$$\begin{cases} z_m = y^{*m+1} - y^{*m} \text{其中 } m = 1, 2, \cdots, \alpha - 1, \\ w_{ik} = b_i x_i^{*k+1} - b_i x_i^{*k} \text{其中 } k = 1, 2, \cdots, \alpha_i - 1 \text{ 且 } i = 1, 2, \cdots, n, \end{cases}$$

公式(2)

在公式(2)中,y^{*m} 是用户整体满意度的估计函数,x_i^{*k} 是某一评价指标满意度的估计函数。α 和 α_i 表示整体满意度水平和部分满意度水平的数量。

在此基础上,用户满意度指标的基本评估模型如下:

［最小值］ $F=\sum_{j=1}^{M}\sum_{t=1}^{T}\sigma_{tj}^{+}+\sigma_{tj}^{-}$

目标约束函数

$$\sum_{i=1}^{n}\sum_{k=1}^{q_{tji}-1}w_{ik}-\sum_{m=1}^{q_{tj}-1}z_m-\sigma_{tj}^{+}+\sigma_{tj}^{-}=0$$

其中 $j=1,2,\cdots,M$ 且 $t=1,2,\cdots,T$

$$\sum_{m=1}^{\alpha-1}z_m=100,$$

$$\sum_{i=1}^{n}\sum_{k=1}^{\alpha_i-1}w_{ik}=100,$$

$$z_m,w_{ik},\sigma_{tj}^{+},\sigma_{tj}^{-}\geqslant 0\ \forall m,i,j,k,t$$

公式(3)

在公示(3)中，q_{tj}表示用户的整体满意度判断，q_{tji}表示用户对各指标的满意度判断。M 代表用户数量，T 代表评价对象的数量，这一公式考虑了用户样本或评价对象的附加信息，可以据此对误差变量进行加权，使其误差趋向于零，以致可以忽略不计。

在评价中，整体和部分满意度指数 s_t 和 s_{ti}可以被视为基本评估绩效指标，并通过以下等式进行评估：

$$\begin{cases}s_t=\frac{1}{100}\sum_{m=1}^{\alpha}p_t^m y^{*m} \text{其中 } t=1,2,\cdots,T\\ s_{ti}=\frac{1}{100}\sum_{k=1}^{\alpha_i}p_{ti}^k x_i^{*k} \text{其中 } i=1,2,\cdots,n \text{ 且 } t=1,2,\cdots,T\end{cases}$$

公式(4)

在公示(4)中，p_t^m 表示整体满意度水平中的用户频数，p_{ti}^k表示部分满意度水平中的用户频数。与此同时，假设整体满意度指数是部分满意度指数的加权和，则这些指数可以在公式(3)中得以体现。结合公式(2)和公式(4)可知，附加约束具有以下形式：

$$s_t=\sum_{i=1}^{n}b_i s_{ti}\Leftrightarrow\sum_{i=1}^{n}\sum_{k=2}^{a_i}p_{ti}^k\sum_{\delta=1}^{k-1}w_{i\delta}-\sum_{m=2}^{a}p_t^m\times\sum_{\delta=1}^{m-1}z_\delta=0 \text{ 其中 } t=1,2,\cdots,T$$

公式(5)

通过以上分析可得，MUSA 模型的应用过程中需要具备整体满意度指数、单项指标满意度指数以及单项指标的权重 3 方面因素。其中，整体满意度指数和单项指标满意度指数的区间均为[0,100]，分别反映了用户对评价对象的整体满意度水平和部分满意度水平，而单项指标权重之和为 100%，其数值显示出在整个评价指标体系中，每一个指标的相对重要性[27]。

根据指标平均满意度指数和指标权重可以绘制出行动图，分为 4 个象限，判断依据是绩效和权重高低，其中，绩效即传播媒介各指标的评价情况，通过指标平均满意度得出。据此可以对评价对象进行基准测试，得出改进的优先顺序并提出相应建议，具体如图 2 所示：

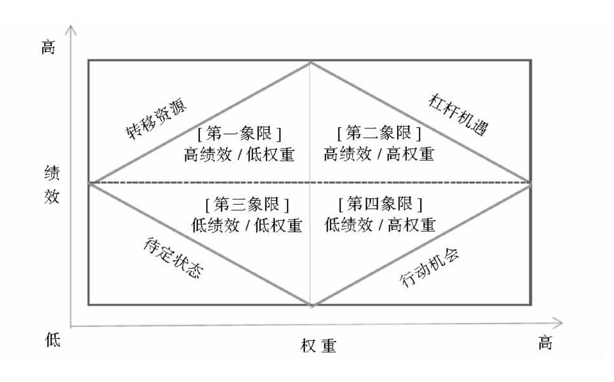


图 2　行动图

第一象限为转移资源象限，表示相较于其他用户满意度评价指标，处于这一象限的指标绩效较高，发展良好，但由于其权重偏低，所以不需再继续投入大量人力、物力、财力，而需要将其资源转移到其他象限的指标中来；第二象限为杠杆机遇象限，位于这一象限的指标在绩效和权重方面呈现“双高”态势，是评价对象的竞争优势，如遇到提升、发展机会，仍需积极把握，予以优化；第三象限为待定状态象限，相较而言，评价对象在这一象限的指标处于竞争劣势，用户满意度水平不佳，虽然目前来看这些指标的权重较低，但不能忽视其发展，以免未来其重要程度得到提高；第四象限为行动机会象限，这一象限的指标用户满意度低于平均水平，但其对结果的影响程度较高，需要高度重视并积极改进、优化。因此，由图 2 可知，评价对象的改进顺序为第四象限 > 第二象限 > 第三象限 > 第一象限。

3.2　标杆分析法

标杆分析(benchmarking)也叫标杆管理、定点超越、基准化分析，是一种通过与标杆对象的比较、分析，学习和借鉴对标组织的优秀实践，以提高自身效率的管理方式[28]。该方法于 1979 年由美国施乐公司最早提出并使用，20 世纪 80 年代被引入图书馆领域，通过馆与馆之间分享业务数据、管理流程、服务政策等来取得更好的业绩[29]。标杆分析的最早实践者坎普将其定义为“组织机构寻求能够达成更优绩效的最佳实践的过程”[30]，依据不同的管理目标和范围，标杆管理可以划分为内部性标杆管理、竞争性标杆管理、功能通用性标杆管理，其中，内部性标杆管理指对组织内部指标进行评估，选取的标杆组织为内部最优，竞争性标杆管理是将具有竞争性的某些组织进行对标，选取的标杆组织为组织外部的同行或竞争者，功能通用性标杆管理即选取某些领域的优秀组织为标杆典范，学习其可以运用到本领域的高绩效管理经验和方法，转化为自身优势[31]。为研究印刷媒介、电子媒介、网络媒介、移

动媒介在档案文献编纂成果传播过程中的优势和不足,主要以竞争性标杆管理和功能通用性标杆管理为基础,对其进行标杆分析,从而提出相应建议和改进措施。

依据 MUSA 模型和标杆分析法可绘制出相对绩效图,其中,相对绩效是传播媒介的各指标平均满意度与其他 3 个媒介的比较。相对绩效图的目的是为了更加直观地比较、分析出评价对象的平均满意度指数与其竞争对象的满意度指数之间的关系,判断孰优孰劣,以进一步提出改进措施,具体如图 3 所示:

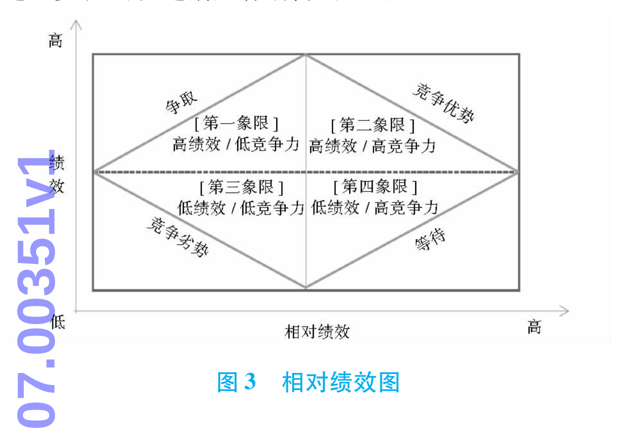


图 3 相对绩效图

第一象限是"争取象限",代表评价对象的指标绩效高但仍低于竞争对手绩效,由于其提升空间较小,所以改进的必要性较低;第二象限是"竞争优势象限",代表该评价对象的指标绩效高且具有竞争优势;第三象限是"竞争劣势象限",代表该评价对象的指标绩效低且是竞争劣势;第四象限是"等待象限",尽管位于这一象限的指标业绩不佳,但仍然比竞争对手的用户满意度高,因此需要特别监测,以备时机到来将其转化为竞争优势。

借助图 2 和图 3,可以更为直观地评价档案文献编纂成果传播媒介的各项指标,进而对其进行实证研究,通过比较某一档案文献编纂成果传播媒介自身的各项指标,可以得出其薄弱之处;比较各档案文献编纂成果传播媒介在特定评价指标中的优劣势,可以确定其未来重点的完善和发展方向。合理的评价指标是进行实证研究的前提条件。因此,下文首先对档案文献编纂成果传播媒介的评价指标进行构建。

4 档案文献编纂成果传播媒介的评价指标构建

为保证档案文献编纂成果传播媒介评价指标的全面性和合理性,采用文献研究、专家访谈和问卷调查法相结合的方式,对提取的评价指标进行检验与修正。

4.1 评价指标预设

为设立初始的评价指标,通过访谈的方式采访 10 位档案学领域的专家以及从事档案文献编纂工作的档案馆工作者,据此结合档案文献编纂成果的用户利用特征提取出 20 个预设评价指标。具体指标、释义及来源如表 1 所示:

表 1 档案文献编纂成果传播媒介评价指标

序号	指标	释义	指标来源
1	形式多样性	档案文献编纂成果能够通过文字、图像、音频、视频、多媒体等多种形式加以呈现	聂云霞等[32]
2	搜索功能	媒介对档案文献编纂成果进行组织和处理后为用户提供检索服务、将用户检索的相关信息展示给用户的功能	相甍甍等[33]
3	共享性	档案文献编纂成果能够被用户传播、分享给其他媒介或用户的能力	刘锦宏等[34]
4	便携性	媒介呈现的档案文献编纂成果是否方便携带	崔倩[35]
5	分众化	媒介以信息需求差异为变量对用户进行细分,为其提供个性化服务的能力	李海田等[36]
6	交互性	媒介与用户交流、互动的能力	丁华东等[37]
7	可视化	媒介将档案文献编纂成果转换成图形或图像显示出来再进行交互处理的能力	于元元等[38]
8	智能化	媒介具备能动地满足用户各种需求的能力	曾莉陈[39]
9	易获取性	媒介呈现的档案文献编纂成果便于获取、下载和使用	王京山[40]
10	易利用性	媒介呈现的档案文献编纂成果利用简便,用户易于学习和掌握	邓胜利等[41]
11	稳定性	媒介呈现的档案文献编纂成果能够或便于保存且保证长期、有效访问的能力	王超等[42]
12	愉悦感	用户使用媒介时产生的欢乐、喜悦、轻松的情感体验	张飞等[43]
13	信任感	用户对媒介产生的安全、可靠、值得信赖的情感体验	赵金楼等[44]
14	满足感	用户的利用需求得到实现时而产生的情感体验	郑昱[45]
15	传播范围	媒介传播的广度和到达范围	袁毅[46]
16	传播时效性	媒介传播的及时性和有效性	张艳丰等[47]
17	传播效果	媒介传播的精度和实现传播目标、传播预期的程度	苏君华等[1]
18	可信性	媒介可以提供切实可信服务的综合能力	张玥等[48]
19	亲和力	媒介能够使用户产生亲近的愿望,使其产生"真正交流与意义共享"的感觉	刘坤锋等[49]
20	受众多样性	媒介是否具备吸引不同年龄、职业、受教育程度和知识水平受众的能力	龚佳[50]

4.2 评价指标检验

在预设档案文献编纂成果传播媒介的评价指标后,需要通过调查问卷的方式对其进行检验,问卷分为两个部分:一是用户的年龄、性别、受教育程度、职业等基本信息情况;二是用户对各评价指标重要程度的感知情况。测量变量运用李克特 5 分量表,1－5 代表评价指标的重要程度递增。问卷采用问卷星、电话调查等方式,自 2019 年 4 月 10 日至 4 月 14 日,共收集问卷 319 份,有效问卷 267 份,问卷有效率为 83.70%,符合预定的样本规模。样本范围为对档案文献编纂成果有一定了解或利用过档案文献编纂成果的社会公众,覆盖江苏、吉林、山东、浙江、河南、安徽、湖北、辽宁、广东、北京、江西、云南等 19 个省市,涉及行政机关、事业单位、企业单位、自由职业者、农民、学生等多种职业。

4.2.1 样本特征描述性分析 对 267 份有效问卷进行调查对象的特征描述性分析可知,在年龄上,20 岁－39 岁年龄段的人数最多,占 65.92%,其次是 40 岁－59 岁的人数居多,为 20.6%,说明调查对象多为青年人和中年人;在性别上,男女各占比为 47.94%、52.06%,比例较为均衡;在受教育程度上,受访者主要以专科、本科、研究生为主,大学本科或专科的比例占 40.45%,研究生及以上占 23.6%,表明调查对象多具有良好的教育背景;在职业分布上,在校学生和企、事业单位工作者比重较大,分别为 29.21% 和 38.2%,调查对象包括在校学生、企业单位工作者、事业单位工作者、农民、个体等,类型多样,范围较广。以上数据说明,该问卷的样本分布广泛,数据具有较高的可信性和参考价值。

4.2.2 评价指标统计分析 在样本特征描述性分析的基础上,用 SPSS 21.0 对有效问卷进行评价指标的统计分析,计算各评价指标的均值和标准差,运用因子分析法求出各评价指标的权重,结果如表 2 所示。平均值反映了调查对象对档案文献编纂成果传播媒介的评价指标的认可程度;标准差反映了调查对象对各指标认可程度的一致性情况,一般认为标准差小于 1 即表示选项的波动程度较小,一致性较高;权重反映了各指标对评价结果的影响能力,不同于一般意义上的比重,强调的是指标对结果的贡献度。

由表 2 可以得出,各指标平均值的最低值为 3.951,其余指标均值都大于 4,说明用户对上述 20 个评价指标的认可程度较高;用户对每个指标的标准差均小于 1,表明每位用户对评价指标的认可程度较为一致。因此,上述指标提取合理,可以将其作为最终的档案文献编纂成果传播媒介的评价指标。相对其他指标而言,“亲和力”“满足感”“愉悦感”的权重较高,表明这 3 个特征对用户选择何种档案文献编纂成果的传播媒介具有更高影响;“搜索功能”“信任感”“易获取性”权重较低,表明这些指标对用户选择档案文献编纂成果传播媒介的影响较小。

表 2 评价指标统计分析

评价指标	平均值	标准差	权重(%)
形式多样性	4.131	0.735 4	4.57
搜索功能	4.199	0.775 3	3.80
共享性	4.161	0.821 2	3.98
便携性	4.131	0.835 6	5.84
分众化	3.951	0.861 9	5.90
交互性	4.131	0.822 0	6.05
可视化	4.116	0.801 2	4.63
智能化	4.206	0.811 1	5.20
易获取性	4.213	0.761 5	2.97
易利用性	4.154	0.818 1	4.63
稳定性	4.165	0.822 8	5.47
愉悦感	4.052	0.846 4	6.06
信任感	4.232	0.797 0	3.53
满足感	4.082	0.774 6	6.09
传播范围	4.086	0.841 4	5.41
传播时效性	4.165	0.822 8	4.94
传播效果	4.071	0.792 4	4.76
可信性	4.303	0.770 3	4.53
亲和力	4.079	0.796 4	6.16
受众多样性	4.007	0.874 1	5.48

5 档案文献编纂成果传播媒介的实证分析

通过检验 20 个评价指标,构建出档案文献编纂成果传播媒介的评价指标体系,进而对其进行实证研究。档案文献编纂成果传播媒介即编纂成果的载体,是一种传播编纂成果的内容、信息的手段和工具。利用文献调查法了解到目前档案文献编纂成果的传播媒介较为多元,常见的媒介有报纸、杂志、书籍、电视、电脑、手机等。与此同时,档案文献编纂成果的传播形式也丰富多样,常见的有大事记、照片、纪录片、网站、微信推文等。首先,依据传播媒介的特点和各自的技术支撑,将目前的传播媒介划分为印刷媒介、电子媒介和网络媒介三大类,其中,根据媒介自身体积大小和是否便携、是否受时间和地点限制等特征,可以将网络媒介细分为以计算机为代表的传统网络媒介(以下简称网络媒介)和以手机等

便携网络设备为代表的移动媒介。最终，将现有的档案文献编纂成果传播媒介归纳为印刷媒介、电子媒介、网络媒介以及移动媒介[36]4种类别，其中，印刷媒介主要包括书籍、报纸、杂志、期刊等以印刷技术为基础的媒介；电子媒介主要指广播、电影、电视等依靠电子技术的传播媒介；网络媒介主要指计算机等运用多媒体技术传播信息但体积较大、不易随身携带的媒介；移动媒介即手机、平板电脑、电子阅读器等体积小、便携的移动设备。其次，在确定评价对象后，采用问卷调查法收集数据，问卷内容分为用户基本信息和用户满意度评价两个部分，为保证调研质量，在问卷说明处通过实例向调查对象阐释了4种传播媒介的内涵，并在题中对每一评价指标进行了详细释义，以保障问卷结果的真实性、可靠性。最后，用MUSA模型和标杆分析法对4种媒介进行档案文献编纂成果传播媒介的满意度实证分析，要求调查对象为每种传播媒介的20个评价指标打分，分值为：非常不满意[0分－20分)，不满意[20分－40分)，一般满意[40分－60分)，较为满意[60分－80分)，非常满意[80分－100分)，从而得出相应的优化策略和建议。

5.1 用户满意度及绩效分析

自2019年4月17日至4月19日，采用问卷星进行问卷发放，共收集问卷226份，其中有效问卷189份，有效率为83.63%。调查范围为利用过档案文献编纂成果的各阶层、各领域的社会公众，覆盖江苏、安徽、河南、浙江、湖北、吉林、广东、福建、山东、上海等18个省市，涵盖在校学生、企事业单位工作者、农民、个体及其他，问卷具有代表性。调查对象基本信息方面，20－39岁年龄阶段的人数最多，超过4成，男、女比例较为均衡，样本对象的受教育程度多为大学本科或专科，比例为60.32%，职业多为在校学生和企事业单位工作者，分别占比34.92%、33.33%，由此可知调查对象教育背景较为良好，职业分布广泛，问卷结果具备可靠性、全面性。用户满意度分析包括评价指标的用户平均满意度及整体满意度，具体结果见表3。

档案文献编纂成果传播媒介的绩效分析体现在4种媒介的评价指标满意度水平方面，对于每种媒介而言，可以明晰其机遇和发展方向，据此采取行动。由表3可知，在档案文献编纂成果的4种传播媒介中，移动媒介的整体满意度最高，网络媒介居于第二，电子媒介紧随其后，印刷媒介的整体满意度最低。根据表3的具体数据可作出4种传播媒介的行动图，见图4。

表3 各指标平均满意度

序号	评价指标	指标平均满意度			
		印刷媒介(%)	电子媒介(%)	网络媒介(%)	移动媒介(%)
1	形式多样性	67.04	66.61	67.88	67.78
2	搜索功能	64.92	67.04	71.48	70.00
3	共享性	67.57	68.84	70.63	70.74
4	便携性	65.77	65.77	64.71	68.41
5	分众化	66.51	68.73	70.53	70.63
6	交互性	66.93	66.83	68.41	70.21
7	可视化	67.04	69.05	68.94	69.58
8	智能化	64.81	65.87	67.46	68.41
9	易获取性	67.35	66.93	67.25	67.46
10	易利用性	65.98	68.73	68.62	68.62
11	稳定性	71.06	70.53	69.37	69.89
12	愉悦感	67.25	69.26	69.15	70.32
13	信任感	69.47	69.47	67.99	68.10
14	满足感	68.52	68.73	71.80	70.74
15	传播范围	66.08	67.99	69.68	71.38
16	传播时效性	67.67	67.78	68.31	70.85
17	传播效果	68.94	70.00	70.42	71.90
18	可信性	65.56	64.60	65.13	65.45
19	亲和力	68.62	71.16	70.74	72.01
20	受众多样性	66.08	70.11	70.11	70.00
	整体	67.15	68.25	68.97	69.75

由图4可以看出，4种传播媒介既有差异，也有相同之处。相同之处在于“共享性”“传播效果”都位于4种传播媒介的转移资源象限，由于该象限的指标权重较低，而这两个指标的用户满意度较高，因此，可以考虑将重点转移到其他象限的指标中；“稳定性”“满足感”“亲和力”“愉悦感”均位于杠杆机遇象限，说明4种传播媒介中这些指标权重和绩效对比其他指标较高，可以多关注其变化趋向；“可信性”“形式多样性”两者位于待定状态象限，说明其权重和绩效较低，需要注意观察这两个指标权重的动态变化；“智能化”和“便携性”位于行动机会象限，表示其权重较高，但用户对这两个指标的满意程度较低，需要重点关注，且在档案文献编纂成果的传播过程中需注意完善。

除指标的相同之处外，4种传播媒介评价指标的用户满意度情况各有不同。印刷媒介中，“分众化”“交互性”“受众多样性”“传播范围”位于行动机会象限，说明印刷媒介在传播档案文献编纂成果时，这4个指标的表现不佳，亟需完善；电子媒介中，“分众化”“受众多样性”位于杠杆机遇象限，表明在档案文献编纂成果传播中这些指标的用户满意度较好，“交互性”“传播范围”处于行动机会象限，可知在传播过程中此

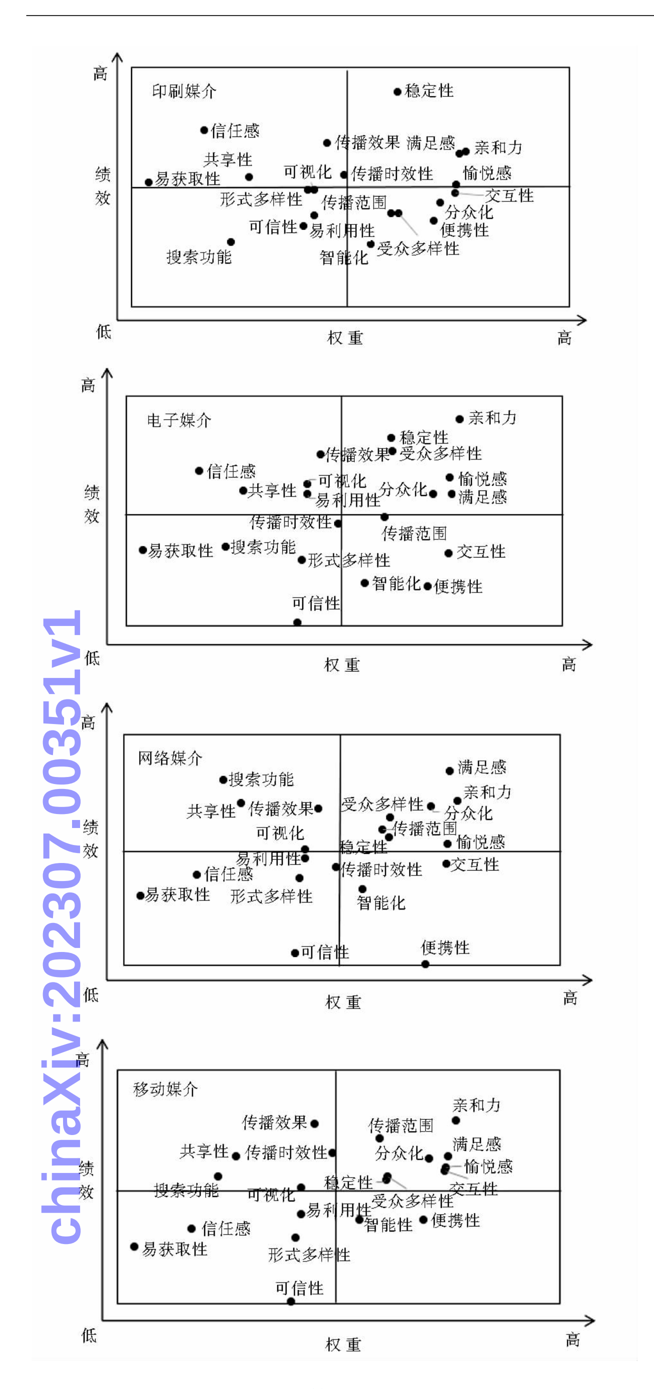


图 4　档案文献编纂成果传播媒介行动图

两者的绩效较低，表现不够理想；网络媒介中，“分众化”“传播范围”“受众多样性”居于杠杆机遇象限，意味着这 3 个指标的用户满意度较高，在传播过程中具有优势，“交互性”位于行动机会象限，对比网络媒介的其他指标满意度而言，处于弱势；移动媒介中，“分众化”“交互性”“传播范围”“受众多样性”位于杠杆机遇象限，说明用户对这些指标满意度指数较高，且用户感知它们在档案文献编纂成果的传播过程中比较重要。

5.2　相对绩效标杆分析

满意度的标杆分析主要侧重于 4 种传播媒介评价指标的相对绩效评估，可以帮助档案文献编纂工作者分析出每种传播媒介的竞争优势和竞争劣势，对其传播弱点进行完善，以提高各传播媒介的整体绩效。

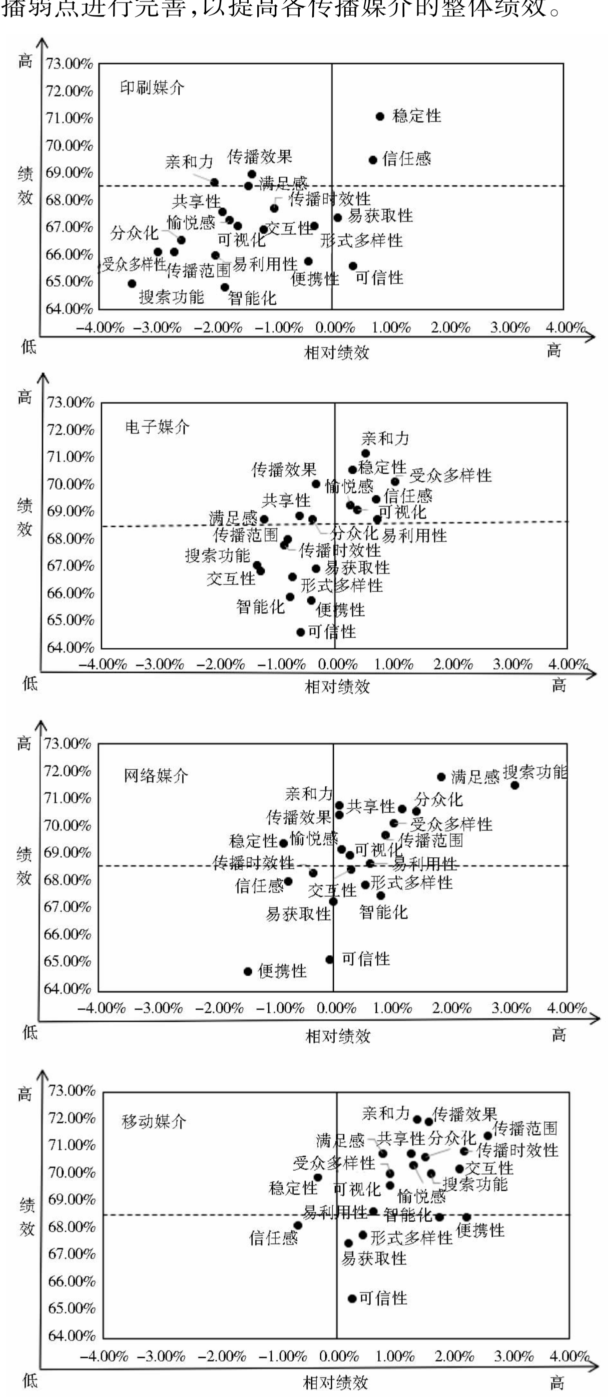


图 5　档案文献编纂成果传播媒介相对绩效图

如图 5 所示，印刷媒介、电子媒介、网络媒介、移动媒介 4 种传播媒介具有各自的优劣势。

对于印刷媒介而言，“稳定性”和“信任感”位于竞争优势象限；“形式多样性”“搜索功能”“共享性”“便携性”“分众化”“交互性”“可视化”“智能化”“易利用性”“愉悦感”“传播范围”“传播时效性”“受众多样

性”等指标位于竞争劣势象限，在编纂成果的传播过程中，档案文献编纂工作者需要考虑这些指标对编纂成果利用的不利影响；“亲和力”“满足感”“传播效果”处于争取象限，说明这3个指标在印刷媒介中满意度指标较高，但是仍低于其他3种媒介，另外，由于“亲和力”和“满足感”的权重较高，因此，在利用印刷媒介进行传播时，档案文献编纂工作者需要采取措施，进一步提高用户对其满意度；“易获取性”“可信性”居于等待象限，可以得知尽管这两个指标用户满意度偏低，但却高于其他传播媒介，需要重点监测，因为在未来可能会转化为关键点或竞争优势。

针对电子媒介而言，“亲和力”“稳定性”“受众多样性”“愉悦感”“可视化”“信任感”“易利用性”位于竞争优势象限，这些指标不仅在电子媒介的满意度指数中较高，相对其他3个媒介来说，其相对绩效也较高，因此是电子媒介的竞争优势；“传播时效性”“传播范围”“形式多样性”“易获取性”“搜索功能”“交互性”“便携性”“可信性”“智能化”处于竞争劣势象限，其中，“搜索功能”“易获取性”所占权重相对较低，档案文献编纂工作者可以不必过多考虑，而“交互性”的权重较高，在选择档案文献编纂成果的传播媒介时，需要着重关注，并考虑是否可以加以改进。

就网络媒介来说，“亲和力”“传播效果”“满足感”“搜索功能”“分众化”“受众多样性”“可视化”“愉悦感”“易利用性”“传播范围”“共享性”居于竞争优势象限，“传播时效性”“信任感”“便携性”“可信性”“易获取性”处于竞争劣势象限，5个指标中，“信任感”“易获取性”的权重较低，在档案文献编纂成果的传播过程中可以优先考虑其他3个指标，对其进行完善以符合用户预期。

对移动媒介来说，“亲和力”“传播效果”“传播范围”“满足感”“共享性”“分众化”“传播时效性”“交互性”“搜索功能”“易利用性”“受众多样性”“满足感”“愉悦感”位于竞争优势象限；“信任感”处于竞争劣势象限；“稳定性”居于争取象限，表明虽然该指标在移动媒介中用户满意度较高，但相较其他3个传播媒介而言仍偏低，档案文献编纂工作者在利用移动媒介进行传播时，需要考虑该指标对成果利用的影响；“形式多样性”“易获取性”“便携性”“智能化”“可信性”位于等待象限，尽管从自身而言其评价指标满意度并不突出，但仍高于其他3种媒介，具有竞争力，需要等待机会将其转化为竞争优势。

6 讨论与总结

运用MUSA模型和标杆分析法对4种媒介的档案文献编纂成果的传播情况进行用户满意度评价，梳理出每种传播媒介的主要竞争优势、主要竞争劣势、薄弱之处以及需要优先改善的方面。4种档案文献编纂成果传播媒介的具体分析结果如表4所示：

表4 竞争分析结果

	印刷媒介	电子媒介	网络媒介	移动媒介
主要竞争优势	稳定性 信任感 可信性 易获取性	亲和力 稳定性 受众多样性 信任感 愉悦感 可视化 易利用性	共享性 传播范围 易利用性 可视化 受众多样性 分众化 搜索功能 满足感	亲和力 智能化 便携性 搜索功能 交互性 传播时效性 分众化 愉悦感 共享性 传播范围 传播效果
主要竞争劣势	搜索功能 受众多样性 传播时效性 传播范围 愉悦感 易利用性 分众化 交互性 可视化 智能化 共享性	传播时效性 智能化 可信性 便携性 交互性 搜索功能 形式多样性 传播范围	传播时效性 可信性 便携性 信任感 稳定性	信任感 稳定性
薄弱环节	分众化 交互性 受众多样性 智能化 便携性 传播范围 易利用性 搜索功能	交互性 智能化 便携性 形式多样性 搜索功能 易获取性 可信性 传播时效性	交互性 智能化 便携性 信任感 可信性 易获取性 形式多样性 传播时效性	易获取性 信任感 可信性
优先改善	愉悦感 分众化 交互性 受众多样性 便携性	交互性 便携性 智能化	交互性 智能化 便携性	信任感 可信性 稳定性

由表4分析可知档案文献编纂成果传播过程中4种媒介的特征和竞争情况，以此为参考，可以帮助档案文献编纂工作者判断出编纂成果传播的优势媒介，从

而扩大档案文献编纂成果的传播范围,提高编纂成果利用率和用户满意度,在此基础上,不断提升档案文献编纂工作的服务水平。

6.1 印刷媒介的改进

印刷媒介的主要竞争优势是"稳定性""信任感""可信性""易获取性",用户对其长期稳定访问、正常运转和传播内容方面的信任程度较高。而通过"搜索功能""受众多样性""传播时效性""传播范围""愉悦感""易利用性""分众化""交互性""可视化""智能化""共享性""便携性"等主要竞争劣势和薄弱之处可知,用户对印刷媒介在传播档案文献编纂成果时所提供的沟通、交流、个性化等服务满意度较低。其中,需要优先改善的是"愉悦感""分众化""交互性""受众多样性""便携性",这些指标远低于 4 种媒介的指标平均满意度或低于自身其他指标的绩效,但其在编纂成果传播过程中所占权重较大,所以,改善这些指标对提高档案文献编纂成果传播中印刷媒介的用户满意度影响重大。对此,改进建议如下:

6.1.1 优化服务,建立用户反馈机制　在以印刷媒介为档案文献编纂成果的传播途径时,档案文献编纂工作者需要创新服务理念,转变服务态度,积极促成与读者的沟通。如可以开辟用户意见栏,征集用户对该成果的阅读或利用反馈,也可以采取接收用户来信或来电的方式,收集用户建议。

6.1.2 深入用户,开展分众化服务　档案文献编纂工作者需要在深入了解用户需求的前提下,对报纸、期刊等印刷媒介的栏目、版块进行合理划分,既保证主体读者群的持续使用意愿,又积极拓展用户群体,丰富受众多样性,以吸引不同年龄、不同阶层的用户。

6.1.3 化繁为简,合理设置载体容量　目前一部分档案文献编纂成果的出版物过于厚重、难以携带和使用,对此,档案文献编纂工作者可以考虑将涵盖内容过多的出版物分为多册进行出版,同时选用轻薄的纸张、简洁的装帧方式,提高便携性。

6.2 电子媒介的改进

电子媒介的主要竞争优势是"亲和力""稳定性""受众多样性""信任感""愉悦感""可视化""易利用性",主要竞争劣势是"传播时效性""智能化""可信性""搜索功能""便携性""交互性""形式多样性""传播范围"。除此之外,相对自身而言,其薄弱之处在于"易获取性",依据各指标权重得出,电子媒介需要优先改善的地方是"交互性""便携性""智能化"3 个指标。针对上述 3 个指标,提出如下建议:

6.2.1 积极互动,促进有效沟通　电子媒介在传播档案文献编纂成果的过程中,可以通过拨打热线电话、发送短信息等方式加强用户参与感,促进与用户的沟通交流。

6.2.2 兼顾整体,综合评估优劣　在利用电子媒介进行编纂成果的传播时,工作人员确实需要考虑到便携性低对用户利用档案文献编纂成果的影响。不过,虽然电子媒介的便携性不尽如人意,但作为其基本形式之一的电视受众广泛,普及程度高,因此可以在一定程度上弥补便携性方面的不足。

6.2.3 技术革新,探索人工智能　数字时代,技术发展愈加开放、多样,智能化的服务离不开多元、先进的技术支持,在利用电子媒介传播档案文献编纂成果的过程中,可以考虑利用人工智能主持人自行创建不间断的电台节目,根据听众喜好更改推送的编纂成果类型,或利用 AI 音箱为用户提供更为精准、便捷的感官体验。

6.3 网络媒介的改进

网络媒介的主要竞争优势是"共享性""传播范围""易利用性""可视化""受众多样性""分众化""搜索功能""满足感",主要竞争劣势除"稳定性"外,"智能化""便携性""信任感""可信性""易获取性""形式多样性""交互性""传播时效性"等指标绩效亦偏低,综合指标权重考虑,其需优先改善的指标为"交互性""智能化""便携性"。针对网络媒介的优化建议如下:

6.3.1 即时交互,构建社交化互动模式　随着技术创新和时代发展,互动的时长间隔由延时向即时过渡,在档案文献编纂成果的传播过程中,用户不仅是被动接收者,也是主动建议者,档案文献编纂工作者可以开设直播反馈渠道,在直播平台上与用户进行实时互动,使用户能够随时表达个人感知和改进建议,同时公众可以看到他人的留言和反馈情况,便于用户进行交流、分享。

6.3.2 超级融合,打造云技术平台　智能化强调传播媒介可以能动地满足用户需求的综合能力,这是一个系统性工程。因此,在完善网络媒介档案文献编纂成果传播的智能化特征时,需要寻求多方参与,利用大数据、人工智能等技术,构建一个集搜索、整合、挖掘、评论、共享等功能为一体的具备海量档案文献编纂成果资源的云技术平台,充分利用网络媒介搜索便捷的优势,对档案文献编纂成果进行合理划分,使其可搜索、可归类,从而做到系列化、完整化。

6.4 移动媒介的改进

移动媒介的主要竞争优势是"亲和力""智能化"

"便携性""搜索功能""交互性""传播时效性""分众化""愉悦感""共享性""传播范围""传播效果",主要竞争劣势是"信任感"和"稳定性"两个指标,相对自身其他指标而言,其薄弱之处在于"易获取性""信任感""可信性",在考量各指标对档案文献编纂成果用户满意度的影响程度后,得出"稳定性""信任感""可信性"是移动媒介需优先改善的指标,说明用户对其长期、稳定访问的能力存在质疑,且由于在移动媒介发布信息的门槛较低,在如何更好地赢得用户信任方面存在一定挑战。对于上述问题,建议采取如下措施:

6.4.1 统一标准,保障长期访问 在发布档案文献编纂成果时,需要统一编纂成果的格式标准,同时注意选取权威、稳定的传播平台和系统,以减少或避免文件失效、格式不匹配等问题。

6.4.2 保持适中流量,掌握官方话语权 当前,移动媒介中拥有着海量的爆炸性信息,由于移动媒介发布信息的限制较少,难免会出现某些无效或低价值的档案文献编纂成果,干扰用户获取有价值的、真正需要的编纂成果,耗费大量的时间和精力。因此,档案文献编纂工作者需要做好把关人的角色,有计划、有针对性地发布档案文献编纂成果。同时,要注意编纂成果的质量和客观性,多以官方微博、官方微信、官方 APP 等官方形式进行发布,提高移动媒介传播的可信性和权威性,进而提高用户的信任感和满意度。

档案文献编纂成果对社会具有重要价值,不仅记录、传承了文化和历史,还渗透到人们的日常生活中。以印刷媒介、电子媒介、网络媒介、移动媒介为对象对档案文献编纂成果传播媒介的评价指标做实证研究,可以分析出4种传播媒介各自的优势、劣势,从而帮助档案文献编纂工作者根据不同编纂成果的内容、特色、编纂目的选择最恰当、最有效的传播途径和方式,使用户便于利用、乐于利用,以提高其利用率和用户满意度,优化档案文献编纂工作的服务质量和水平。但档案文献编纂成果价值的真正实现受到多方面因素的影响,除传播媒介外,还包括档案文献编纂成果的内容、形式、受众、传播环境等主、客观影响因素。因此,在后续研究中,需要全面、多角度地考虑档案文献编纂成果传播的影响因素,对此进行深入调研、纵深研究,使研究成果更加系统化,具有更高的借鉴意义和参考价值。

参考文献:

[1] 苏君华,龙家庆. 档案文化产品传播影响力研究——以档案编纂成果为例[J]. 档案学通讯,2018(4):35-40.
[2] 吉洛维奇,凯尔特纳,尼斯比特. 吉洛维奇社会心理学[M]. 周晓虹,秦晨,等译. 北京:中国人民大学出版社,2009.
[3] 胡鸿杰. 档案文献编纂学评析[J]. 档案学通讯,2003(2):38-41.
[4] 田丽媛. 论我国档案文献编纂的"人"与"以人为本"[J]. 档案学研究,2016,30(1):124-128.
[5] 曾莉陈. 大众文化传播视野下的档案文献编纂理念研究[J]. 北京档案,2010(8):17-18.
[6] 谢奇爱. 档案文献编纂学与传播学的关系研究[D]. 合肥:安徽大学,2011.
[7] 郑慧,梁艳. 档案文化传播主体及其选择[J]. 档案学通讯,2016(3):38-42.
[8] 胡琨. "互联网+"时代档案文化传播的"立"与"困"[J]. 档案学研究,2017,31(5):82-85.
[9] 万韵菲,詹秦川. 融媒环境下故宫文化传播的策略分析[J]. 出版广角,2018(21):70-72.
[10] 李文以. 基于现代信息技术条件的档案文献编纂模式探微[J]. 档案学通讯,2008(5):55-58.
[11] 邓东燕,姚伦. 创新档案编研 弘扬档案文化 提升服务能力——江西省档案馆开展编研工作的实践与思考[J]. 档案学研究,2018,32(1):71-74.
[12] 杨霞. 档案文献数字出版与传统出版之比较[J]. 档案学研究,2015,29(3):70-73.
[13] 杨霞. 综合档案馆档案文献数字出版的制约因素探析[J]. 档案学通讯,2016(5):58-62.
[14] 樊如霞. 从文化选择角度看档案编纂的价值与特点[J]. 档案学研究,2003,17(6):18-20.
[15] 程土. 论档案文献编纂的文化选择[J]. 兰台世界,2010(14):46-47.
[16] 李美蓉. 文化传承环境下的档案文献编纂工作[J]. 兰台内外,2018(1):23-24.
[17] 樊如霞. 论档案编纂在文化传承中的独特功能[J]. 福建师范大学学报(哲学社会科学版),2004(2):144-148.
[18] 丁华东. 社会记忆建构:档案文献编纂社会功能的新阐释[J]. 北京档案,2008(4):38-40.
[19] 单旭东. 编纂新记忆:论社会记忆与档案文献编纂之间的关系[J]. 档案与建设,2018(5):27-30.
[20] 王笛. 论档案文献编纂在身份认同建构中的功能及其实现[J]. 北京档案,2018(7):17-20.
[21] 李旭华,石永军,唐甜. 从媒介评价方法的变迁看新闻观念的演化——以电视媒体为例[J]. 电视研究,2009(3):52-54.
[22] 宋欢迎,张旭阳. 多媒体时代中国大学生媒介信任研究——基于全国103所高校的实证调查分析[J]. 新闻记者,2016(6):17-28.
[23] 姚君喜. 媒介使用、媒介依赖对信任评价的影响——基于不同媒介的比较研究[J]. 当代传播,2014(2):19-24.
[24] 沈菲,张志安. 媒介公信力再探:公信力评价个人层面效果分析[J]. 新闻大学,2012(6):31-41.
[25] GRIGOROUDIS E,SISKOS Y. Preference disaggregation for measuring and analysing customer satisfaction: the MUSA method[J]. European

journal of operational research,2002,143(1):148－170.
[26] 宋雪雁,管丹丹,张祥青,等.用户满意视角下政务微信知识服务能力评价研究[J].情报理论与实践,2019,42(3):120－126.
[27] 宋雪雁,张祥青,管丹丹,等.基于MUSA模型的政府网站知识服务质量用户满意度实证研究[J].图书情报工作,2018,62(23):32－42.
[28] GERALD B J. Benchmarking: guide for becoming and staying the best of the best[M]. Schaumburg: QPMA Press,1998.
[29] HENCZEL S. Benchmarking-measuring and comparing for continuous improvement[J]. Information outlook,2002,6(7):12－20.
[30] ROBERT C. Benchmarking: the search for industry best practices that lead to superior performance[M]. Milwaukee WI: Quality Press,1989.
[31] 万莉,程慧平,虎昭言.我国省域公共图书馆效率的DEA视窗分析[J].图书馆论坛,2018,38(12):127－135.
[32] 聂云霞,黄文琼.全媒体多维语境下档案信息传播策略研究[J].档案学通讯,2018(4):64－69.
[33] 相甍甍,王晰巍,郭顺利.高校图书馆微信公众号信息传播效果的影响因素分析[J].现代情报,2018,38(3):37－44.
[34] 刘锦宏,陈迪.开放获取期刊知识传播效果的媒介影响因素研究[J].出版科学,2019,27(2):91－97.
[35] 崔倩.传播学视域下汉语国际教育传播媒介研究[D].济南:山东大学,2016.
[36] 李海田,孙志坚.基于军队科普的装备科技信息传播影响因素研究[J].情报理论与实践,2018,41(12):114－117,113.
[37] 丁华东,张燕.论新媒体传播与档案记忆的意义再生产[J].档案学通讯,2018(3):62－67.
[38] 于元元,倪丽娟.基于创新型人才培养的档案学实验教学改革实证研究——以档案文献编纂学实验课程为例[J].档案学通讯,2014(2):87－91.
[39] 曾莉陈.文化传播视野下的档案文献编纂研究[D].南昌:南昌大学,2012.
[40] 王京山.影响文献传播效果的社会因素分析[J].图书馆理论与实践,2010(4):44－47.
[41] 邓胜利,付少雄,陈晓宇.信息传播媒介对用户健康信息搜寻的影响研究——基于健康素养和信息检索能力的双重视角[J].情报科学,2017,35(4):126－132.
[42] 王超,刘骋远,胡元萍,等.社交网络中信息传播的稳定性研究[J].物理学报,2014,63(18):87－93.
[43] 张飞,吴金红.舆情潜伏期不同服务补救方式对大众口碑传播意愿的影响[J].情报资料工作,2016,37(3):85－89.
[44] 赵金楼,成俊会.基于用户感知、偏好和涉入的微博舆情传播意愿影响因素研究[J].情报学报,2014,33(4):416－425.
[45] 郑昱.突发公共事件中舆论信息传播倾向的影响因素——基于民众负性情绪的研究视角[J].情报理论与实践,2017,40(7):80－87.
[46] 袁毅.微博客信息传播结构、路径及其影响因素分析[J].图书情报工作,2011,55(12):26－30.
[47] 张艳丰,李贺,彭丽徽,等.高校图书馆微信公众平台的媒介引力场模型及其影响因素——基于DEMATEL系统因素分析的大众传播视角[J].图书情报工作,2017,61(9):5－13.
[48] 张玥,孙霄凌,朱庆华.基于ELM模型的微博舆情传播影响因素研究——以新浪微博为例[J].情报学报,2014,33(4):426－438.
[49] 刘坤锋,陈雨.移动图书馆的用户亲和力感知影响因素实证研究[J].数字图书馆论坛,2016(10):44－50.
[50] 龚佳.档案文献编纂的社会记忆功能研究[D].昆明:云南大学,2012.

作者贡献说明：

邓君：提出论文整体研究思路与框架；
于梦文：撰写论文，数据分析与处理；
钟楚依：数据分析与处理；
宋雪雁：论文修改。

The Empirical Research on the Evaluation of the Archival Documents Compilation Work Media

Deng Jun　Yu Mengwen　Zhong Chuyi　Song Xueyan
School of Management, Jilin University, Changchun 130022

Abstract: [**Purpose/significance**] Through the empirical research on the evaluation of archival documents compilation work media, this paper hopes to provide data support and reference for the improvement of the effective dissemination and user satisfaction of archival documents compilation work. [**Method/process**] Through the literature collecting, expert investigation and questionnaire surveys, this paper establishes the evaluation index of archival documents compilation work media. Then, this paper uses the principal component analysis to calculate the weights of each index. And it uses MUSA model and benchmarking management methods to conduct an empirical analysis on the satisfaction of four archival documents compilation work media. [**Result/conclusion**] The evaluation results of the user satisfaction of four archival documents compilation work media are actually obtained, and the competitive advantages, competitive disadvantages, weaknesses and priorities for improvement of each media in the process of archival documents compilation work dissemination are located. This paper can provide reference for the theoretical research and the practical activities of the archival documents compilation work.

Keywords: archival documents compilation work　media　MUSA model　benchmarking